

УДК 339.13

Джерелейко Мар'яна

Djereleiko Mariana

Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ PR В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

THE NEED TO USE PR IN MARKETING ACTIVITIES

Розвиток ринкової економіки породжує чимало актуальних проблем. Їх успішне розв'язання можливе через прийняття ефективних управлінських рішень, що ґрунтуються на достовірній і своєчасній інформації, а також формуванні певної культури відношень, довіри до прийнятих рішень. Цими та іншими питаннями, що виникають у відносинах між громадськістю, організаціями та владою, займається теорія і практика зв'язків з громадськістю (Public relations - PR). Тому, виникнення PR як професійної діяльності було обумовлено законами, традиціями і потребами суспільства. Мета PR — встановити двосторонній канал спілкування для пошуку спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння, що ґрунтується на достовірності, компетентності і повноті інформації.

В Україні вперше PR як наукова дисципліна з'явилася в 1992 р. Особливістю ринку PR в нашій державі є те, що робота PR-спеціалістів полягає в написанні привабливих текстів і подальшому їх розміщенні в мас-медіа.

Таким чином, PR — функція управління, покликана оцінювати ставлення громадськості, ідентифікувати політику і дії приватної особи або організацій стосовно до громадських інтересів та виконувати програму діяльності, спрямовану на досягнення розуміння і сприйняття її громадськістю.